

彩电市场遭遇“滑铁卢” 重压之下谋突围

► 周雷

受到房地产调控影响,以及缺乏体育赛事等消费热点支撑,并承受着成本上涨压力,2017年成为彩电业非常艰难的一年。近日,由中国电子视像行业协会与奥维云网(AVC)联合主办的2017年中国智能显示与创新应用产业大会暨CRC2017年度彩电行业研究发布会在北京举行,业界人士共同研判彩电业发展形势,探讨转型升级路径。

彩电销量下降 6.6%

相对于2016年市场行情节节高,2017年彩电业形势急转直下。奥维云网发布的数据显示,2017年中国彩电市场零售量规模为4752万台,同比下降6.6%。受成本上涨等因素影响,零售额规模为1630亿元,同比增长4.5%。

从2017年市场情况看,不仅传统彩电巨头遭遇较大困难,互联网品牌更是表现低迷。在面板涨价以及资本投入减少的影响下,2017年互联网彩电品牌的市场份额仅为13%,较2016年同期下降了6个百分点,2017年互联网品牌新上市机型数量为161个,同比下降11%。

“从2003年以来的数据看,2017年彩电市场零售量的下降幅度是近10年来降幅最大的一次。”奥维云网(AVC)彩电事业部副总经理朱圆圆分析说,多重因素导致2017年中国彩电业零售量下降。2017年房地产市场降温,直接影响到大家电市场的表现,彩电、冰箱、洗衣

机零售量规模均出现同比下降。同时,与视听相关的其他产品借助智能化实现快速发展,并对智能电视产品形成替代。比如,2017年OTT盒子的零售量规模为1047万台,智能微投的零售量规模为129万台,智能音箱零售量规模达176万台。

值得关注的还有上游面板涨价因素。从2016年3月开始到2017年4月,面板经历了史上最长的一次涨价过程,部分尺寸峰值月份价格涨幅高达90%。尽管面板涨价推高彩电价格,但是受益的主要是上游面板厂商,受制于成本因素,利润本就微薄的彩电整机企业雪上加霜。

谋求新的增长点

尽管整机企业遭遇了严峻的市场挑战,但是,彩电消费升级也带来新的商机。各大彩电企业均在积极推进结构调整,实施创新驱动发展战略,寻求市场突围。

2017年,大尺寸化是彩电升级主旋律。55英寸产品延续增长态势,2017年市场零售量份额为30.1%,较2016年同期提高6.2个百分点。超大尺寸市场保持增长,其中65英寸产品市场零售量份额为5.5%,较2016年同期提高了1.5个百分点。

消费者对高端差异化彩电产品的需求也在增加。2017年,曲面电视的市场零售量份额为7.3%,较2016年同期提高1.9个百分点;超轻薄电视市场零售



量份额为4.1%,较2016年同期提高2.5个百分点;无边框电视的市场零售量份额为2.3%,较2016年同期提高0.5个百分点。

随着消费升级热潮的兴起,激光和OLED等新型显示产品日益走俏,厂商的技术创新能力已成为市场制胜的关键因素。

作为彩电业领军企业,海信电视坚持技术立企,不仅打开液晶电视技术升级的新空间,并且潜心研究推出激光电视,打破了投影和电视的界限,着力抢占大屏市场的制高点。海信激光显示公司副总经理王伟表示,中国市场电视的平均尺寸远大于北美和西欧市场,激光电

视在大屏领域具有较强的竞争力,2017年海信激光电视在80英寸以上市场占有率再次翻倍。

另一家彩电巨头创维则看好OLED电视发展。目前,OLED电视市场仍处在培育期,2017年,OLED电视国内市场零售量规模达11.3万台,同比增长92%。基于OLED的物理特性,彩电业挖掘其优点推出了各式各样的创新产品,艺术化、超薄壁纸、音画合一、可卷曲的产品形态成为新亮点。

彩电市场可期

对于彩电业未来的发展,与会人士普遍持乐观态度。中国电子视像行业协

会副秘书长彭健锋表示,技术革命是最大的机遇。从上世纪80年代开始,随着技术进步,彩电业每10年上一个台阶,目前彩电的主流尺寸已经进入50-70英寸区间,2020-2030年会迈进80英寸至120英寸区间。与此同时,家庭互联网快速发展,电视屏相对于移动屏在客厅场景中更有优势,客厅大屏会引领智慧生活。在产品更新换代方面,中国电子视像行业协会和企业共同推动“汰旧换优”工程,消费者对于电视产品更新年限为7年的意识增强,将进一步带动消费升级。

对于2018年的市场形势,朱圆圆分析认为,上游面板全年供需整体宽松,产能持续增加,彩电更新换代需求加大,新增需求拉力回升。奥维云网(AVC)预计,2018年彩电市场的零售规模将达4898万台,同比增长3.1%,零售额规模将达1597亿元,同比下降2.1%。

据悉,彩电企业对中国市场的前景看好,2018年国内五大企业对市场的预计出货量同比增长23%,较2017年增长17个百分点。当前,显示技术的发展日新月异。仅从分辨率指标来看,4K电视在加速普及,2017年渗透率达到60%。而4K普及之后,下一站将是8K。调查显示,有77%的消费者认为8K是高端产品的趋势。

夏普在2017年推出了第一台消费级8K电视,引起业界关注。富士康集团品牌销售总部副总经理张新宇表示,这不仅是硬件实力的提升,夏普的目标是构建8K生态圈,打通从内容、编辑、传

送到显示整个8K链条。富士康和夏普已经做了充足的硬件、技术、资金储备,以加速8K时代的到来。

另据了解,海信将于2018年3月发布300英寸激光电视,给彩电业带来新的旗舰产品。随着众多品牌的加入,激光电视价格也会越来越亲民。“激光全场景的应用,必然会带来更大的市场空间。”王伟表示,海信的定位是要成为激光电视全球的技术中心,打造产业资源和共享平台,与更多的企业一起来做大做强激光电视产业。

此外,智能化为彩电业注入了新动能。康佳集团多媒体产业本部常务副总裁吕剑表示,电视上一次成为家庭中心时,它还只是一个简单的接收性设备,随着人工智能电视的出现,电视将成为整个家庭的智能化互联网中心,而人工智能电视的发展并非一蹴而就,它的成熟仍需一段时间。康佳正在布局基于电视的智慧家庭系统,推进在智能家居乃至智慧社区领域的稳步发展。

为规范显示行业的发展,鼓励创新企业,中国电子视像行业协会在此次大会上发布了《中国电子视像行业自律公约》《智能手机与智能电视间的控制和内容传输技术规范》和《创新智慧生活产品选购指南》,并对2018年新产品、新技术、新设计进行了鉴定。中国电子视像行业协会副会长兼秘书长郝亚斌表示,要坚持以供给侧结构性改革为主线,深化创新驱动,优化产业布局,加快行业转型升级步伐。

企业资讯

联想三季度营业收入 达130亿美元

本报讯 联想集团近日发布的2017-2018财年第三财季财报显示,公司的营业收入和税前利润双双呈现强劲复苏的势头。其中,该公司实现营业收入约130亿美元,创下过去3年来单季新高;税前利润达到1.5亿美元,同比增长48%,这是联想集团最近5个季度以来首次实现税前利润同比增长。

联想集团三大业务板块的表现均可圈可点。其中,PC业务取得高于市场平均增速的增长,连续第二个季度在所有大区全部实现盈利。数据中心业务的营业收入保持两位数增长,大幅超出此预期的。此外,“设备+云”及“基础设施+云”技术的发展也展现出强大的增长动力。

联想集团董事长兼CEO杨元庆表示,第三财季是联想“三波战略”执行持续见到进展和成效的一个季度。随着战略的进一步落实,新业务核心能力建设的完成,联想将进入一个业绩可持续强劲增长的新阶段。

焦立坤

阿里三季度收入大增56% 得益于新零售战略

本报讯 阿里巴巴集团近日公布的2018财年第三季度业绩报告显示,阿里巴巴实现营业收入830.28亿美元,同比增长56%;核心电商业务收入达732.44亿美元,同比增长57%。阿里巴巴同时将2018财年的年度收入预期从同比增长49%-53%上调至增长55%-56%。

三季度显示,手机淘宝与用户高度相关的个性化推荐及互动性内容,继续带动年度活跃消费者及互动的强劲增长,中国零售平台的年度活跃消费者达5.15亿,中国零售平台的移动月度活跃用户达5.8亿;天猫进一步扩大B2C市场的领先地位,实物商品的商品交易额(GMV)同比增长43%,包括服饰、消费电子类产品,和快速消费品在内的所有主要品类增长强劲。

新零售战略给阿里巴巴的业绩增长带来强大推动力。统计数据显示,在2017年“双11”当天,通过支付宝完成的成交总额同比增长39%,达1682亿元。其中,全天支付总笔数达14.8亿笔,全物流订单达8.12亿个,交易覆盖全球225个国家和地区。

刘映花

2017年海尔集团实现 全球收入2419亿元

本报讯 近日,海尔家电公布了2017年业绩:2017年海尔集团全球收入达到2419亿元,同比增长20%,增速创近年新高。同时,集团利润首次突破300亿元,全球经营利润的增长达到41%。2017年海尔集团实现全球营业额2419亿元,同比增长20%。其中,利润总额突破300亿元,经营利润同比增长41%。

海尔集团副总裁中国区首席市场官李华刚表示,这是近年来海尔利润增长最快的一年。2017年海尔在中国市场上收入增长超过25%,其中大家电的市场份额提升了1.2%,产品平均单价全年上升了18%。

目前,海尔集团的产品线涵盖了冰箱、洗衣机、空调、彩电、小家电等众多产品。近年海尔通过一系列收购,拥有海尔、三洋、GE、斐雪派克等众多品牌,海尔自己打造的高端家电品牌卡萨帝近年渐成气候,已成为海尔营业收入和利润的重要来源。毕磊

2017年我国机械工业 增加值同比增长10.7%

本报讯 近日从中国机械工业联合会获悉,2017年中国机械工业增加值增速延续了2016年持续高于全国工业和制造业的态势,增速始终保持在10%以上。2017年中国机械工业增加值同比增长10.7%,分别高于同期全国工业和制造业4.1和3.5个百分点,高于机械工业2016年同期1.1个百分点。

面对错综复杂的国内外形势,2017年中国机械工业深入推进供给侧结构性改革,扩大有效供给,推进行业转型升级、提质增效,全年实现效益改善、出口回升,行业运行稳中向好。2017年中国机械工业实现利润总额1.71万亿元,同比增长10.74%,高于2016年同期5.2个百分点。

在中国机械工业重点监测的64种主要产品中,产量实现同比增长的产品有47种,占比73.4%。据分析,产量实现增长的产品有以下特点:一是,与基础设施建设及城镇化建设密切相关的挖掘机、装载机、压实机械等工程机械类产品实现大幅增长,其中挖掘机产量增速超过70%。二是,前两年需求疲软的投资类产品出现恢复性增长,如矿山设备、冶金设备、金属轧制设备、机床等产品增速在5%-10%的区间。三是,与消费市场密切相关的产品如汽车、摩托车等产品保持增长的态势。四是,与物流运输产业相关度较大的载货汽车、集装箱、叉车、输送机械等产量明显增长。

同时,中国机械工业对外贸易增速持续回升,2017年累计实现进出口总额7123亿美元,同比增长10.01%。其中,农业机械、工程机械、机床工具和汽车行业出口实现两位数增长。

此外,2017年以来中国机械工业各分行业均表现出向好的发展态势。通用设备制造业、专用设备制造业、电气机械和器材制造业、以及汽车制造业在2017年的工业增加值增速均超过10.5%。

与此同时,中国机械工业联合会也提醒,中国机械工业高端产品供应不足、低端产品供应过剩的不平衡状态仍未根本改变,专用装备等短板发展不充分的问题依然突出。

闫晓虹

平板电脑全球出货量 连跌13个季度

本报讯 近日,市场研究公司IDC发布的数据显示,全球平板电脑市场已连续13个季度滑坡。

数据显示,2017年第四季度,全球平板电脑出货量为4960万台,比2016年同期的5380万台下降7.9%。2017年第四季度,苹果仍占据市场第一,而亚马逊则首次超过三星排名第二。排名前五的厂商市场份额总和为69.6%,高于2016年同期的61.3%。

苹果的出货量基本与2016年持平。然而由于其他平板电脑表现不佳,在经历了两个季度的市场份额上升后,苹果的市场份额再次提升2.3%。在此之前,苹果市场的份额曾连续13个季度下降。凭借价格较低的iPad和升级版的iPad Pro,苹果维持住了市场的领先地位。

2017年第四季度,亚马逊的平板电脑出货量增长了250万台,市场份额上升6%。假日季通常是亚马逊业绩最强劲的一个季度,但2017年的表现尤为突出,该公司也一举超过三星。IDC表示,这是由于亚马逊提供了大幅折扣,以及亚马逊最新款平板电脑集成了Alexa语音助手。

三星的平板电脑出货量同比下降100万台。IDC的数据显示,键盘和屏幕可分离的变形本在三星平板设备中的占比出现增长,但这样的增长未能弥补传统平板电脑的滑坡。

此外,华为超过联想排名第四。华为的市场份额上升1.2%,联想下降0.4%。两家公司的出货量均约为300万台。

有分析师表示,平板电脑出货量大幅下降原因主要为市场趋于饱和、产品生命周期长以及可替代性的产品增多。

石飞月

燃气具行业向品牌化高端化发展

本报讯 日前,由中国五金制品协会主办的首届中国燃气具行业品牌盛典在北京举行,万家乐、万和、海尔、华帝、方太、老板等被评为行业“十强企业”。据了解,我国以燃气热水器、燃气灶具、燃气壁挂炉为主的燃气具行业,品牌化、高端化发展态势明显,跻身这3类产品的“十强企业”在中高端市场占有率已逾80%。

得益于行业技术不断进步,我国燃气具行业在2017年前三个季度依然保持9%-12%的增长。品质好、功能强、更舒适和环保的中高端产品,尽管售价较高,仍获得市场和消费者欢迎。

来自中怡康的数据显示,作为大火力核心代表的5.0千瓦燃气灶,市场占有率从2016年的6.4%上升到了2017年的14.5%;一级能效燃气灶的市场占有率从2016年的32.8%跃升到了2017年的50%以上。同时,能带来更好洗浴体验的大升数燃气热水器的销量也有明显上升。其中,16升燃气热水器的市场占有率从2016年的18.7%上升到2017年的25.2%;13升燃气热水器的市场占有率从2016年的20.7%上升到2017年的26.2%;12升及10升偏小升数的燃气热水器的销量则呈下降之势。

“这印证了当前的消费趋势,为追求更美好的生活,

陈波:坚持绿色发展 致力暖通行业

近年来,随着绿色发展理念日益深入人心,节能减排工作越来越受到全社会的重视。根据住房和城乡建设部提出的发展循环经济、建设节约型社会的方向要求,以及新技术不断涌现,赋予了暖通行业文化新的时代意义。

作为一名资深的暖通高级工程师,苏州兆和通风设备制造有限公司技术总监陈波从业近20年来,始终坚持节能环保的发展理念,积极研发新技术、推广新应用、探索新趋势,致力暖通行业的绿色发展。

扎根:深耕暖通行业 挖掘巨大潜力

暖通技术可以说是人们生活中不可或缺的技术,行业发展潜力也很大。随着人们生活环境日益改善,对冷热调节技术的利用也将越来越重视。

在职业生涯初期,陈波主要从事油田平台的暖通工作。陈波说,根据油田工作人员的居住平台规格,设计和安装合理的空调系统,实现制冷、加热、通风。无论是在北海、墨西哥湾,还是在南海、东海和渤海,陈波往来世界各大油田集中地,实地深入了解熟悉不同环境下暖通设计、施工、建设等环节。这些高强度的工作性质和专业的技术历练为陈波的职业生涯奠定坚实基础。

提升:从国内到国际舞台 从设计到管理岗位

在上海外高桥造船有限公司工作期间,陈波先后主持了17.5万吨散货船生产设计、10.5万吨原油轮生产设计工作,并编制了空调系统通风设计标准,以及空调风管生产设计标准。随后,在上海恺达国际贸易有限公司,他完成了从设计人员到管理人员的转变,他先后负责烟台莱福士船厂的SSP-300 FSO(SEVAN/Norway)项目现场管理和AB PROJECT(Manned barge/Singapore)HVAC的系统设计、天津渤海工贸公司PL-193(Conoco Phillips&CNOOC)15P生活平台及电气平台项目HVAC的详细设计、浙江船厂负责27000DWT散货船HVAC系

统设计、大连海洋重工的中中海L780(CPOE/CHINA)钻井平台HVAC系统设计及项目的管理等暖通工作。

随着一个个项目的出色完成,也让陈波在职业生涯中实现了华丽蜕变。

转型:以节能环保为根本 促暖通智能化

随着供给侧结构性改革的深入推进,当前暖通行业“以产品为导向”的生产销售方式将被“以消费者需求为导向”的新平台模式所取代。陈波紧抓这一转型契机,于2010年以技术总监身份加入苏州兆和通风设备制造有限公司,再次开启其在暖通之路上的新篇章。

据了解,苏州兆和通风制造设备有限公司是一家集通风系统设计、制作、安装、调试为一体的专业型企业。在金属通风管道的生产制造领域,兆和通风一直处于行业领先水平。目前,兆和通风每年可生产矩形风管1000万平方米、螺旋风管400万米、管件350万件。同时,兆和通风拥有行业先进的生产设备和生产工艺,这不仅保证兆和通风产品的先进性,还通过IT手段运用科学的信息系统对产品进行管理和跟踪,全方位的保证产品质量。其中,该公司的核心产品螺旋风管系统远超国家标准,密封性能超过最高标准D级。

陈波说:“公司业务不仅做船舶和海洋工程的暖通施工,还要开发居住区域的暖通市场,以消费者需求为导向,促暖通智能化、节能化。”为此,他研发了6项实用新型专利,包括家居室内空气净化设备、机房的智能通风节能设备等,为实现转型做好充分准备。第一是新风处理,第二是数据中心工程中的暖通系统节能减排。目前,数据中心工程的暖通系统施工,已成为行业内争抢的“蛋糕”。“虽然大家都在做数据中工程的暖通系统,但我与他们不同的地方,就在于我侧重节能降耗这一点。”陈波说。陈波再次用行动证明了他对绿色发展和节能环保理念的坚守。

林晓